

Hoofdpijnen beleidsplan

Missie en Visie: podiumkunsten verdienen en behoeven ondersteuning

Onze Stichting komt voort uit rechtspersonen die in het verleden zich hebben ingezet voor podiumkunsten in Breda. Daarvoor is indertijd ook kapitaal gereserveerd. Wij beheren dit financiële en culturele erfgoed, met als doel podiumkunsten en podia in Breda te ondersteunen.

In onze visie is er veel behoefte aan (financiële en professionele) ondersteuning. De economische omstandigheden zijn immers voor de culturele sector niet gunstig. Commercieel valt podiumkunst vaak moeilijk rond te krijgen en subsidies van overheden staan onder druk. Vooral innovatieve kunstenaars en jonge talenten dreigen daardoor buiten de boot te vallen. Een organisatie met mensen, middelen en netwerken kan in deze leemte voorzien. Wij willen die organisatie zijn.

Doelstelling: kwaliteit en diversiteit Bredase podiumkunst verbeteren

Wij willen de kwaliteit en de diversiteit van podiumkunsten in Breda bevorderen naar een niveau die een grote (kosmopolitische) stad verdient. Breda moet streven naar hetzelfde niveau als een stad als Utrecht of Groningen.

Dit doel willen we bereiken door zelf materiële en immateriële steun te geven en te streven naar netwerken van sponsors en subsidiegevers, zodat voldoende draagvlak voor kunstbevordering kan worden georganiseerd.

In dat kader willen we ons vermogen aanvullen met giften van burgers en bedrijven in Breda en op ad hoc basis coalities sluiten met andere instellingen waarvan de doelen overeenkomen met die van ons.

Positionering: innovaties in Breda is onze 'core'

Onze stichting heet formeel 'Stichting Vrienden Chassé Theater'. Op zichzelf zijn we daar trots op omdat deze naam iets zegt over onze rijke geschiedenis en over het hoge niveau waarop in ons netwerk wordt geopereerd. Maar het roept ook misverstanden en soms culturele blokkades op. Om die reden positioneert onze stichting zich als 'Vrienden Podiumkunsten Breda'. Wij zijn er voor alle podia en podiumkunstenaars en niet voor een selecte groep.

Wij streven in dit verband ook naar een grotere bekendheid en een lagere drempel voor de vraag naar ondersteuning. Gelukkig weten vele organisaties en personen de weg naar ons te vinden, maar vooral de jonge talenten en de (bescheiden) vernieuwers willen wij nog meer aantrekken. In dat kader willen en kunnen we geen grote reclamecampagne organiseren, maar kunnen we wel door het gericht aanbieden van 'prijzen' (met uitreikingen, speeches en persberichten die daarmee samenhangen) gratis publiciteit en bekendheid bevorderen en drempels slechten.

Werkwijze: praktisch en deskundig

Wij zijn een vrijwilligersorganisatie en hebben geen kantoor of een vaste staf, die op kantooruren bereikbaar is of te bezoeken is. Wij hebben daarom gekozen voor een digitale aanpak. De website van onze stichting is het belangrijkste communicatiemedium voor het ontvangen en selecteren van aanvragen tot ondersteuning. Op de website staan ook de belangrijkste spelregels en een praktisch aanvraagformulier vermeld.

De aanvragen worden eerst gescreend door een bestuurslid dat beschikt over een goed netwerk in de culturele sector en op basis hiervan volgt een onderbouwd preadvies. Om de twee maanden komt

het bestuur (in beginsel 7 personen) bijeen om gezamenlijk het preadvies te bespreken en een besluit te nemen. In het bestuur zijn verschillende disciplines vertegenwoordigd, zoals theaterkennis, financiën, marketing en bouwkunde. Daardoor is de besluitvorming gebaseerd op een brede kennis en kan aan de initiatiefnemers ook bredere ondersteuning worden geboden.

Alle bestuursleden zijn vrijwilligers, alleen voor het beheer van de website maken wij gebruik van een professionele kracht.

Financiën: 'Lean en mean'

De stichting beschikt over een vermogen, waaruit middelen kunnen worden geput om organisaties te steunen. Dit vermogen wordt incidenteel aangevuld met middelen van derden. Beoogd wordt deze fondsvorming door actieve werving verder uit te breiden, maar dat doen we pas heel actief als de naamsbekendheid hoger is. De beleggingen worden uitgevoerd door de penningmeester, in overleg met de voorzitter. Van tijd tot tijd laat de penningmeester zich adviseren door (onbaatzuchtig werkende) deskundigen. Dit bespaart dure beleggingsadviezen en onze resultaten zijn doorgaans toch marktconform.

Het jaarverslag wordt gekeurd door een Raad van Toezicht, onder voorzitterschap van een ervaren en deskundig bedrijfseconoom. De Raad van Toezicht komt tweemaal per jaar bijeen om ons verantwoording te laten afleggen inzake onze activiteiten, uitgaven etc. Ook de Raad van Toezicht is samengesteld uit onbetaalde vrijwilligers en hiermee bespaart de stichting de kosten van een externe accountant, terwijl die inhoudelijke expertise wel beschikbaar is.